

К. К. Киржанова

Научный руководитель

Т. Л. Процко

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ВЛИЯНИЕ ЗАПАХОВ НА ПСИХОЛОГИЮ ЧЕЛОВЕКА

Воздействие запахов на человека огромно, хотя и мало изучено. Люди попадают в ситуации, когда определяющим фактором в принятии решения становился не весомый довод умного собеседника, а прозрачный, едва уловимый в воздухе запах.

С середины прошлого столетия вопрос о том, как запахи влияют на человека, начал активно изучаться учеными всего мира, и даже появилось такое новое направление науки, как аромопсихология или психология запахов. Использование же нашими предками некоторых эфирных масел в лечебных целях получило научное обоснование, и была признана аромотерапия.

Человек в этом плане гораздо более легкомысленный, и при выборе пищи в большей степени полагается на собственные глаза, нежели нос. Однако, если аппетитные с виду продукты испорчены и источают отталкивающие резкие запахи, пробовать пищу на вкус человек не станет.

Менее очевидно, однако даже более велико влияние запахов на сексуальную жизнь. Люди так же, как и животные, определяют совместимость с потенциальным половым партнером и даже возможность создания с ним семью по запаху. В этом помогают феромоны – мельчайшие молекулы, выделяемые вместе с потом человека и несущие закодированную информацию о нем.

Часто и мужчины и женщины, говоря об избраннике, не могут четко ответить, чем именно он их привлек, выдавая туманные фразы вроде «в нем есть что-то особенное», «в нем есть какая-то изюминка». В действительности же есть и эта изюминка – запах тела человека. Единственный в своем роде, незабываемый, возбуждающий и безусловно приятный «тот самый» запах женщины для мужчины и запах мужчины для женщины.

С приходом цивилизации эти знания на долгие годы были отброшены в сторону, и система обоняния человека стала восприниматься как дополнение к другим «важнейшим системам»: зрительной, слуховой, осязательной. И только в конце минувшего столетия человеческий нос был реабилитирован, а влияние запахов на человека стало изучаться более тщательно. Именно в это время американские биологи Ричард Аксель и Линда Бак доказали, что способность различать ароматы передается по наследству – они открыли гены с закодированными рецепторными молекулами.

Доктор А. Хирш пошел еще дальше и разработал несколько эссенций, представлявших самые приятные ароматы для человека. Ими обрабатывались салоны дорогих авто. Спустя месяц работы, менеджеры этих салонов констатировали, что с ароматными невидимыми помощниками сумели продать на 25% машин больше обычного. Вслед за этим маркетологи всего мира стали применять пахнущие вещества для привлечения покупателей и склонения их в сторону покупки. Он опытным путем доказал, что пахнущие вещества могут крайне сильно воздействовать на поведение людей.

Свои исследования он проводил в крупных торговых центрах и выяснил, что зачастую именно по запаху, царящему в магазине, покупатели судят о качестве продукции, причем речь идет не только о продуктах питания, но также и о непродовольственных товарах. Так, в магазинах обуви обязательно пахнет кожей, даже если продаются ботинки из не натуральной кожи, соевая колбаса источает ароматы мяса, а запах свежей выпечки разносится далеко по торговому центру, возбуждая обонятельные рецепторы людей.

Маркетологи крупных компаний также используют ароматические вещества в ходе важных переговоров. Для заключения выгодной сделки и отвлечения бизнес-партнеров в конференц-зале распыляются ароматы цитрусовых, розы, ромашки, а также другие искусственно созданные запахи, воздействующие на нервную систему.

Японцы признали важнейшую роль обоняния в жизни человека. Используя исследования А. Хирша о влиянии ароматов на трудоспособность и концентрацию, они стали использовать благовония как обязательную составляющую работы крупных компаний. Через систему

вентиляции в кабинеты специалистов распыляются ароматы «труда и концентрации»: лимона, пачули, имбиря, базилика, эвкалипта, жасмина, гвоздики, лавра и пихты. Отмечается, что это заметно повышает производительность работы и точность ее выполнения.

Помимо программирования поведения человека, запахи имеют еще одну интересную особенность – воздействуя на человеческий мозг, они вызывают эмоции и запускают ассоциации и воспоминания. Так, почувствовав где-то едва уловимый запах герани, люди могут смоделировать десятки происходивших с ними ранее ситуаций: прогулка в оранжерее, визит к бабушке, запах любимой девушки и многие другие. Причем у каждого ассоциативный ряд будет свой, в зависимости от его жизненного опыта. Воздействие запахов на человека интересно еще и своей непредсказуемостью: одно и то же вещество у разных людей может проектировать прямо противоположные эмоции.

Таким образом, запахи помогают лучше сосредотачиваться, усваивать информацию, повышают работоспособность, а значит, могут использоваться для улучшения собственной результативности. Каждый запах оказывает определенное воздействие на нашу нервную систему и организм в целом. Одни помогают собраться с мыслями и повышают тонус, другие расслабляют и тем самым мешают усердной работе. Благодаря тому, что обоняние напрямую связано с лимбической системой, молекулы запахов глубоко воздействуют на эмоции, психику, сознание человека. Эффект обеспечен даже при небольшой, почти незаметной концентрации душистого вещества в воздухе.